

ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА ОКАЗЫВАЕМЫХ УСЛУГ НА ТУРИСТСКИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ ДЛЯ ДЕЛОВЫХ ТУРИСТОВ В НОВОЙ МОСКВЕ

Елена Александровна ДЖАНДЖУГАЗОВА ^a, Клим Сергеевич ГОЛОНДАРЕВ ^{b,*}

^a доктор экономических наук, профессор кафедры индустрии гостеприимства, туризма и спорта, Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова (РЭУ), Москва, Российская Федерация
lana-itig@mail.ru
<https://orcid.org/0000-0002-2620-5210>
SPIN-код: 8222-5179

^b аспирант кафедры индустрии гостеприимства, туризма и спорта, Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова (РЭУ), Москва, Российская Федерация
golondaryov.klim@yandex.ru
<https://orcid.org/0000-0001-9756-2066>
SPIN-код: 8992-1104

* Ответственный автор

История статьи:

Рег. № 490/2020
Получена 27.08.2020
Получена в
доработанном виде
07.09.2020
Одобрена 16.09.2020
Доступна онлайн
15.10.2020

УДК 338.4

JEL: L8, Q26, R11

Ключевые слова:

деловой туризм,
кластерное развитие,
туризм в Новой Москве

Аннотация

Предмет. Качество оказываемых услуг и методы его повышения на туристских предприятиях Новой Москвы, ориентированных на прием деловых туристов.

Цели. Анализ и совершенствование качества оказываемых в Новой Москве услуг для деловых туристов в целях развития имиджа города как центра проведения деловых мероприятий.

Методология. Обоснование выводов обеспечено комплексным структурным подходом к анализу факторов повышения качества услуг для деловых туристов. Применены различные виды аналитических инструментов: многофакторный анализ, прогнозирование, экстраполяция.

Результаты. Разработан комплекс базовых мер в целях повышения качества услуг для деловых туристов.

Выводы. Полученные результаты являются необходимым базисом для развития имиджа Москвы как центра проведения деловых мероприятий и развития кластера делового туризма.

© Издательский дом ФИНАНСЫ и КРЕДИТ, 2020

Для цитирования: Джанджугазова Е.А., Голондарев К.С. Повышение качества оказываемых услуг на туристских предприятиях для деловых туристов в Новой Москве // Региональная экономика: теория и практика. – 2020. – Т. 18, № 10. – С. 1983 – 2000.
<https://doi.org/10.24891/re.18.10.1983>

С момента присоединения Новой Москвы к территории «старой» Москвы прошло более 7 лет. За это время данная территория стала ключевым аспектом в развитии столичной агломерации. В бюджете города выделена значительная доля средств на развитие различных видов инфраструктуры и программ на территории Новой Москвы. Среди основных направлений развития присоединенной территории значатся:

- объекты инфраструктуры здравоохранения (медицинские кластеры, оздоровительные центры);
- транспортная инфраструктура (метрополитен, МЦД, автобусные маршруты, ЛРТ, автодорожная сеть);
- инфраструктура образовательных учреждений различных уровней;
- обновление и развитие жилого фонда [1, 2].

Развитие туристской индустрии в Новой Москве базируется на развитии видов туризма, не привязанных к объектам культурного, исторического наследия или природным ресурсам, так как Новая Москва никогда не рассматривалась в качестве перспективной туристской дестинации. Вследствие данного фактора наибольший потенциал имеют проекты по развитию трех основных видов туризма на основе кластерного подхода, который доказал свою эффективность в развитии туризма на территории Российской Федерации [3]. Основными являются кластеры делового, медицинского и образовательного туризма. В данной статье рассматривается только первый вид туризма из перечисленных, так как Москва исторически является экономическим и деловым центром, в котором проводятся крупнейшие деловые мероприятия и находятся крупнейшие площадки для их проведения [4].

Статус столичной агломерации и развитый деловой имидж города стали фундаментом для развития делового туризма в Москве. Территория Новой Москвы является вспомогательным и поддерживающим фактором для развития *mise*-туризма. При этом развитие делового туризма крайне неоднородно в различных аспектах: это гостиничные предприятия, транспортная инфраструктура и центры проведения деловых мероприятий.

Актуальность данной статьи заключается в необходимости повышения качества оказываемых на туристских предприятиях услуг для деловых туристов, а также в развитии имиджа Новой Москвы как дестинации делового туризма, что подразумевает рост потоков бизнес-туристов.

Целью данной статьи является выявление необходимости повышения качества услуг, оказываемых на гостиничных предприятиях в кластере делового туризма в Новой Москве, и определение мер по повышению их качества. В статье применяются различные виды аналитических инструментов: ретроспективный анализ, SWOT-анализ, экстраполяция.

Правительство Москвы как экономического центра Российской Федерации всегда уделяло особое внимание развитию делового туризма. Для проведения крупнейших бизнес-мероприятий в городе существуют две крупнейшие площадки, служащие ядром функционирования делового туризма: «Крокус-Экспо» и «ЭкспоЦентр» [5].

Однако, несмотря на наличие площадок подобного масштаба, столица испытывает трудности в развитии данного направления туризма.

С присоединением в 2012 г. новых территорий у города расширились возможности для развития делового туризма, требующего больших масштабов для успешного функционирования. Это связано с необходимостью больших площадей для строительства центров проведения деловых мероприятий (выставок, форумов, конгрессов) [6]. Строительство подобных центров в первую очередь необходимо для устранения олигополистического положения, которое сформировалось на рынке делового туризма в столице. Данное положение привело к фактической конкуренции только двух выставочных центров и завышению цен для участников крупнейших деловых мероприятий¹. Олигополистический рынок проведения деловых мероприятий сложился в секторе организации масштабных деловых мероприятий (выставок), наиболее важных для столичной и российской экономики и позволяющих крупнейшим промышленным и торговым предприятиям представлять свои товары и услуги на подобных площадках.

Помимо данного фактора необходимо отметить, что по площади для проведения масштабных выставочных мероприятий «Крокус Экспо» превосходит «Экспоцентр» на 45%. Необходимо упомянуть, что площадки прочих выставочных центров (ВВЦ, Манеж, Гостиный двор и Сокольники) не отвечают современным требованиям проведения масштабных деловых мероприятий по следующим основным причинам:

- расположение близко к центру города;
- устаревшие по конструкциям площадки;
- отсутствие удобств для масштабных экспонентов;
- малая площадь (особенно Манеж и Гостиный двор).

Завышение тарифов на аренду выставочных площадей для экспонентов вследствие олигополистического положения ведет к замедлению темпов развития экономики столичного региона и страны в целом. Данное заключение основано на том, что малые и средние предприятия не могут позволить себе участие в масштабных выставочных мероприятиях для продвижения своего продукта на рынки сбыта. Крупные выставочные мероприятия являются одним из наиболее эффективных маркетинговых инструментов для организации сбыта товаров или услуг [7]. Соответственно, создание новых выставочных площадей и устранение олигополистического положения снизит для предприятий малого и среднего бизнеса барьер входа на выставочные мероприятия и расширит рынок выставочных услуг, создав тем самым спрос на них.

¹ По данным компании GVA Sawyer. URL: <http://gvasawyer.ru/>

Одной из ключевых проблем выставочных центров «Крокус Экспо» и «Экспоцентр» является слабовыраженный эффект централизации. Для повышения эффекта синергии и максимизации эффективности функционирования площадок средства размещения (гостиницы) должны быть расположены вблизи от мест проведения мероприятий или в отношении гостиниц следует обеспечить максимально удобную и быструю транспортную доступность для бизнес-туристов [8]. Данный фактор обусловлен эффектом централизации, при котором вокруг ядра кластера делового туризма формируется инфраструктура, способствующая повышению эффективности функционирования кластера благодаря эффектам синергии, масштаба и мультипликатора [9]. На *рис. 1* представлена схема кластера делового туризма, наглядно отражающая эффект централизации.

Необходимо отметить, что ни одна из действующих площадок не обладает достаточным близлежащим номерным фондом, способным в полной мере обеспечить деловых туристов местами. Крупнейшие центры проведения деловых мероприятий в г. Москве характеризуются средней или низкой транспортной доступностью относительно главных транспортных авиаузлов (аэропорты «Шереметьево», «Домодедово» и «Внуково») [10].

Вследствие данной проблемы бизнес-туристы вынуждены размещаться в гостиницах, которые территориально удалены от центра проведения делового мероприятия, не специализируются на приеме деловых туристов и не способны предоставить полный спектр высококачественных услуг². Кроме того, загруженность гостиниц Москвы, принимающих бизнес-туристов, в дни проведения крупнейших деловых мероприятий приближается к 100%. Несмотря на рост номерного фонда предприятий размещения категорий 3* и 4*, для гостиниц Москвы актуальна проблема нехватки мест [11]. В *табл. 1* представлен прогноз развития номерного фонда в Москве до 2022 г. на основе планов города по вводу новых гостиничных предприятий с поправкой на влияние пандемии COVID-19.

Необходимо отметить, что гостиничные предприятия, принимающие деловых туристов, в большинстве не ориентированы на их прием и не оказывают полного спектра необходимых услуг. В дни проведения важнейших деловых мероприятий данные отели расширяют спектр своих услуг благодаря заключению договоров со сторонними организациями [12]. Данное обстоятельство влияет не только на стоимость дополнительных услуг, но и на их качество, что приводит к ухудшению имиджа отелей и туристской дестинации в целом.

Соответственно, для комплексного повышения качества услуг, оказываемых для деловых туристов в Москве, необходимо принять ряд мер:

² Назарова В.А. Бизнес-отель как часть инфраструктуры делового туризма // Царскосельские чтения. 2017. С. 320–323. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/biznes-otel-kak-chast-infrastruktury-delovogo-turizma/viewer>

- обеспечение роста номерного фонда гостиничных предприятий на территории Новой Москвы, специализирующихся на приеме деловых туристов;
- формирование и развитие прямой транспортной доступности между центрами проведения деловых мероприятий, гостиницами и аэропортами;
- строительство кампусов учебных заведений на основе механизма государственно-частного партнерства на территории Новой Москвы, направленных на подготовку кадров для обеспечения предприятий индустрии гостеприимства;
- создание и развитие централизованного кластера делового туризма;
- активное оповещение бизнес-туристов о наличии отелей на территории Новой Москвы [13].

Доля деловых туристов в Москве составляет 50% среди иностранных граждан и 30% среди граждан России. Доля всех российских туристов в Москве – 74% [15], то есть общая доля деловых туристов составляет 35%. На основе этих показателей следует провести расчеты, позволяющие определить объем необходимой работы. Однако требуется ввести поправку на кризис, вызванный пандемией COVID-19 и в значительной степени затронувший индустрию гостеприимства, которая оказалась одним из наиболее пострадавших секторов экономики.

Авторы настоящего исследования на основе планов правительства России и метода исторических аналогий сделали прогноз роста потока деловых туристов относительно роста общего потока туристов в Москве (рис. 2). График наглядно демонстрирует, что восстановление туристских потоков произойдет к 2022 г. при условии реализации различных мер поддержки со стороны государства.

Важным показателем качества оказываемых на гостиничных предприятиях туристских услуг является обеспеченность номерным фондом. Данный показатель отражает количество туристов на один номер. Важно отметить, что на гостиницы категории 3* и 4* приходится около 65% всех средств размещения [15]. В Москве в течение календарного года проходит в среднем 17 крупнейших и множество малых деловых мероприятий, которые в совокупности можно разделить на 50 крупных условных деловых мероприятий для поправки коэффициента³. Также необходимо ввести поправку на заполняемость койко-мест при размещении деловых туристов в одном двухместном номере. Данный показатель рассчитывается отношением прироста номерного фонда к приросту потока деловых туристов по следующей формуле:

$$ОНФ_{\text{от}} = \frac{П_{\text{от}} \cdot 0,02}{НФ_{\text{общ}} \cdot N_{\text{бо}}} \cdot 0,08 \quad ,$$

³ Expotrade. Афиша деловых мероприятий. URL: <https://expotrade.ru/>

где $ОНФ_{\text{от}}$ – обеспеченность номерным фондом деловых туристов; $П_{\text{от}}$ – поток деловых туристов; $НФ_{\text{общ}}$ – общий номерной фонд; $N_{\text{бо}}$ – количество бизнес-отелей.

Значения данного показателя, рассчитанные для периода 2014–2022 гг., представлены в *табл. 2*.

Из таблицы видно, что начиная с 2014 г. по 2016 г. происходит рост обеспеченности деловых туристов номерами. Однако начиная с 2017 г. происходит снижение показателя, что говорит о недостаточном вводе новых гостиничных предприятий необходимой категории для приема деловых туристов.

Однако присоединение Новой Москвы служит преимуществом города в строительстве новых гостиничных предприятий и увеличении номерного фонда для деловых туристов по следующим причинам:

- наличие международного аэропорта для принятия больших потоков туристов и аэропорта для бизнес-авиации;
- развитие транспортной инфраструктуры, которая улучшает транспортное сообщение с близлежащими территориями (создание трамвайного сообщения между территорией Троицкого и Новомосковского административного округа и аэропортом Домодедово)⁴;
- создание и развитие автодорожной сети для удобного перемещения бизнес-туристов как внутри кластера, так и за его пределы;
- государственная поддержка в создании научно-производственных кластеров в Новой Москве⁵.

По перечисленным причинам увеличение номерного фонда за счет строительства гостиничных предприятий на территории Новой Москвы в целях развития кластера делового туризма является одной из наиболее важных задач, решение которой будет способствовать повышению обеспеченности туристов номерами, снижению нагрузки на функционирующие отели в «пиковые» периоды и повышению качества оказываемых услуг. Вследствие прогнозируемого восстановления потока деловых туристов к 2022 г. и увеличения номерного фонда Москвы будет происходить постепенный рост обеспеченности деловых туристов номерами. Ключевым преимуществом является рост номерного фонда Новой Москвы с 2012 г. по 2019 г.; стоит отметить и изменение структуры средств размещения по типу (*табл. 3*).

Также одним из главных показателей является структура номерного фонда по категориям средств размещения. На *рис. 3* представлена структура номерного фонда

⁴ Подмосковное метро не замыкается в круг. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/3990130>

⁵ Закон города Москвы от 20.02.2019 № 5 «Об инновационном кластере города Москвы». URL: [https://www.mos.ru/upload/documents/docs/Zakon5\(22\).pdf](https://www.mos.ru/upload/documents/docs/Zakon5(22).pdf)

Москвы в 2015 и 2019 гг. За четыре года произошел рост сегмента гостиниц 2* на 2,9% и рост сегмента гостиниц 3* на 12%. Данный рост отражает тенденцию к заинтересованности инвесторов в строительстве отелей среднего ценового сегмента, наиболее востребованного у массового туриста. Для этого необходимо использовать территорию Новой Москвы для ускорения процесса строительства новых гостиничных предприятий с учетом следующих аспектов:

- создание транспортной инфраструктуры для каждой гостиницы и прямых транспортных маршрутов до центров проведения деловых мероприятий [16];
- строительство гостиничных предприятий, изначально ориентированных на прием деловых туристов, с необходимым спектром дополнительных услуг;
- обеспечение деловых туристов информацией о возможности размещения в бизнес-отелях на территории Новой Москвы;
- создание новых центров проведения деловых мероприятий на территории Новой Москвы и устранение олигополистического положения в данном сегменте туризма.

Для повышения качества оказываемых услуг необходимо создание прямой транспортной связи с гостиничными предприятиями, центрами проведения деловых мероприятий и аэропортами. Эта цель может быть реализована на основе возобновления проекта по созданию кольцевой линии скоростного трамвая в Московской области⁶. Реализация данной меры наиболее выгодна и удобна в Новой Москве, так как на данной территории располагается аэропорт «Внуково», который в 2022 г. напрямую будет связан с центром города линией метрополитена. В Новой Москве происходит активное строительство различных объектов автодорожной инфраструктуры, открываются новые автобусные маршруты, имеет перспективы развитие легко-рельсового транспорта. Организация прямого транспортного сообщения между крупнейшими центрами проведения деловых мероприятий и аэропортами возможна только путем создания удобных и современных транспортно-пересадочных узлов (ТПУ) на основе автобусных маршрутов, метро и МЦД или открытия маршрутов, соединяющих непосредственно центры.

Следующим этапом в повышении качества оказываемых услуг является обеспечение кадрами предприятий индустрии гостеприимства [17]. Для решения данной проблемы необходимо предпринять следующие меры:

- разработка программ обучения в рамках системы высшего и среднего специального образования;

⁶ Проект современного скоростного комфортного и безопасного транспорта реализуют в Подмоскowie – Гордиенко. URL: <https://mosreg.ru/sobytiya/novosti/news-submoscow/proekt-sovremennogo-skorostnogo-komfortnogo-i-bezopasnogo-transporta-realizuyut-v-podmoskove-gordien>

- открытие кампусов высших и средних специальных учебных заведений на территории Новой Москвы;
- организация обучения студентов на предприятиях индустрии гостеприимства на территории Новой Москвы.

Реализация этих мер позволит обеспечить различные туристские предприятия высококвалифицированными кадрами. Современные программы образования повлияют на уровень квалификации персонала и эффективность функционирования туристских предприятий [18]. В совокупности развитие образования и кооперация с туристскими предприятиями позволят повысить качество услуг для деловых туристов, а при более тесной кооперации образовательных учреждений и гостиничных предприятий в силу вступает эффект синергии, который максимизируется в туристских кластерах, где централизация наиболее высока.

Последним и наиболее сложным этапом в повышении качества услуг для деловых туристов является реализация проекта по созданию кластера делового туризма на территории Новой Москвы. Строительство и развитие новых крупных центров проведения деловых мероприятий (выставочных центров, конгресс-центров) формирует «ядро», вокруг которого и формируется кластер делового туризма со всей инфраструктурой⁷. На *рис. 4* представлена схема централизации кластера делового туризма Новой Москвы с указанием кооперирующих отраслей экономики. Схема наглядно показывает, что центры проведения деловых мероприятий являются основой для формирования наиболее устойчивой и эффективной структуры, максимизируя эффект синергии. Подобная структура и сети взаимодействия позволяют реализовать меры по повышению качества услуг для деловых туристов, а также создать идеальную цепочку обслуживания, начиная с транспортных узлов.

Повышение качества услуг на туристских предприятиях для деловых туристов и устранение текущих проблем является одной из ключевых задач для улучшения имиджа Москвы как центра проведения деловых мероприятий, что важно для развития экономики России в целом. Повышение качества оказываемых услуг возможно при помощи комплекса мер, реализация которых необходима при активном привлечении частных инвесторов, участии государства и всесторонней поддержке и контроле. Территория Новой Москвы, как перспективная площадка для развития делового туризма, обладает высоким потенциалом; определен необходимый объем государственных инвестиций в развитие инфраструктуры. Преимущества территории Новой Москвы необходимо использовать, создавая максимально выгодные условия для развития туристских предприятий.

⁷ Жуков В.А. Разработка концепции формирования региона в качестве делового туристского центра // Вестник университета. 2013. № 5. С. 31–34. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razrabotka-kontseptsii-formirovaniya-regiona-v-kachestve-delovogo-turistskogo-tsentra/viewer>

Таблица 1

Перспективный рост номерного фонда в Новой Москве на основе планов по вводу новых гостиничных предприятий (2014–2022 гг.)

Table 1

Prospective hospitality bed availability changes in Greater Moscow based on new hotel facilities commissioning plans, 2014–2022

Показатель	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.
Номерной фонд, тыс. номеров	45	50	58,1	67,7	73,2	74,5	75,1	76,1	77,7

Источник: Комплекс градостроительной политики и строительства города Москвы.

URL: <https://stroimsk.ru/>

Source: The Moscow Town-Planning Policy and Construction Complex data.

URL: <https://stroimsk.ru/> (In Russ.)

Таблица 2

Перспективный рост обеспеченности номерным фондом при развитии кластера делового туризма в Новой Москве (2014–2022 гг.)

Table 2

Prospective hospitality bed availability changes in the business tourism cluster development in Greater Moscow

Показатель	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.
Обеспеченность деловых туристов номерным фондом, чел. на номер	2,99	2,8	2,4	2,49	2,56	2,63	2,07	2,45	2,47

Источник: авторская разработка

Source: Authoring

Таблица 3

Структура номерного фонда Новой Москвы в 2012 и 2019 гг. по типу средств размещения

Table 3

The structure of hospitality bed availability of Greater Moscow in 2012 and 2019 by type of accommodation facility

Тип средств размещения	2012 г.	2019 г.
Бизнес-отели	5%	39%
Загородные отели	65%	44%
Санатории	30%	17%

Источник: Zdanie.info. Коммерческая недвижимость России. URL: <https://zdanie.info/>

Source: Zdanie.info. Commercial real estate in Russia. URL: <https://zdanie.info/> (In Russ.)

Рисунок 1

Структура кластера делового туризма

Figure 1

A business tourism cluster structure



Источник: авторская разработка

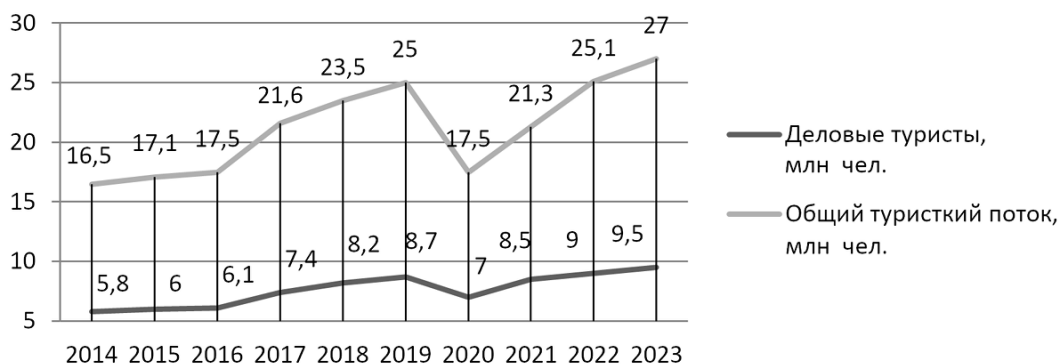
Source: Authoring

Рисунок 2

Потенциальный рост потока туристов в г. Москве (2014–2023 гг.)

Figure 2

Potential increase in the tourist flow in Moscow in 2014–2023



Источник: Сайт Сергея Собянина. URL: <https://www.sobyanin.ru/turizm-v-moskve>

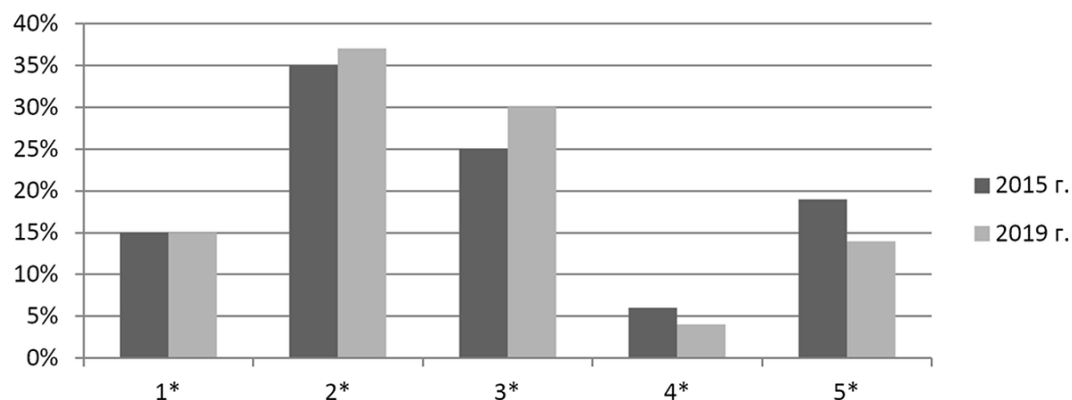
Source: Sergei Sobyanin's website data. URL: <https://www.sobyanin.ru/turizm-v-moskve> (In Russ.)

Рисунок 3

Структура номерного фонда г. Москвы в 2015 и 2019 гг. по категориям

Figure 3

The structure of hospitality bed availability of Moscow in 2015 and 2019 by category



Источник: Комплекс градостроительной политики и строительства города Москвы.

URL: <https://stroi.mos.ru/>

Source: The Moscow Town-Planning Policy and Construction Complex data.

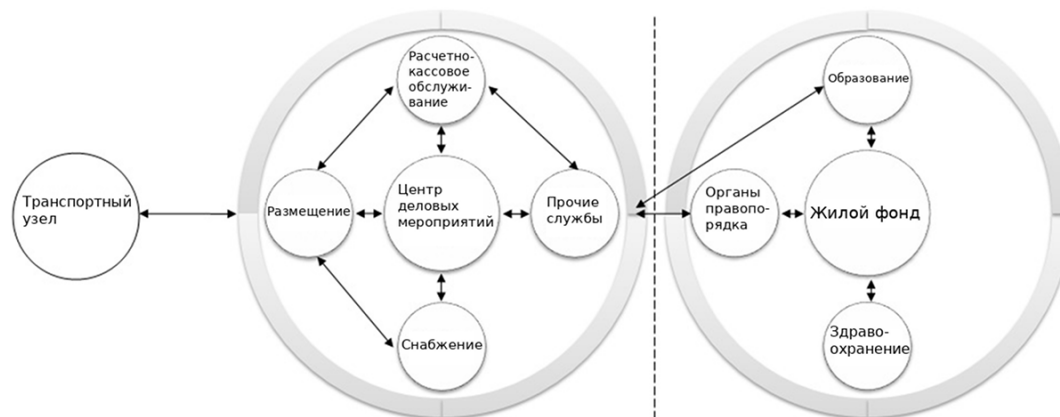
URL: <https://stroi.mos.ru/> (In Russ.)

Рисунок 4

Схема централизации кластера делового туризма и кооперирующих отраслей в Новой Москве

Figure 4

A scheme of centralization of a business tourism cluster and cooperating industries in Greater Moscow



Источник: авторская разработка

Source: Authoring

Список литературы

1. *Голондарев К.С.* Развитие туристского медицинского кластера Новой Москвы как основной элемент роста инновационного потенциала региона // *Сервис в России и за рубежом*. 2018. Т. 12. Вып. 4. С. 40–50.
URL: <https://doi.org/10.24411/1995-042X-2018-10404>
2. *Vaudelin C.* The Grand Paris and the New Moscow: Compared Perspectives // *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология*. 2018. Т. 20. № 2. С. 246–254. URL: <https://doi.org/10.22363/2313-1438-2018-20-2-246-254>
3. *Джанджугазова Е.А., Черникова Л.И., Фаизова Г.Р.* Туризм и региональное развитие в условиях новых российских реалий: монография. М.: Русайн, 2016. 148 с.
4. *Докашенко Л.В.* Предпосылки развития делового туризма в России // *Вестник Оренбургского государственного университета*. 2015. № 1. С. 78–86.
URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/predposylki-razvitiya-delovogo-turizma-v-rossii/viewer>
5. *Симонов К.В.* Выставочная индустрия России под влиянием сил конкуренции // *Современная конкуренция*. 2016. Т. 10. № 1. С. 67–81.
URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vystavochnaya-industriya-rossii-pod-vliyaniem-sil-konkurentsii/viewer>

6. *Никитин Ю.А.* Особенности формирования современных выставочных центров в России // *Academia. Архитектура и строительство*. 2017. № 2. С. 51–57.
URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-formirovaniya-sovremennyh-vystavochnyh-tsentrov-v-rossii/viewer>
7. *Кудряшова О.А.* Выставки как уникальный маркетинговый инструмент // *Российское предпринимательство*. 2012. № 8. С. 56–60.
URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vystavki-kak-unikalnyy-marketingovyy-instrument/viewer>
8. *Пучкина Е.А., Петрова Д.Г.* Анализ факторов, оказывающих влияние на выбор гостиницы бизнес-туристами // *Российские регионы: взгляд в будущее*. 2018. Т. 5. № 1. С. 143–153.
URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-faktorov-okazyvayuschih-vliyanie-na-vybor-gostinitsy-biznes-turistami/viewer>
9. *Голондарев К.С.* Централизованная модель развития кластера делового туризма как наиболее эффективный путь его функционирования. В кн.: *Экономика и управление: теория и практика: сборник статей*. Чебоксары: Среда, 2018. С. 31–36.
10. *Пегин П.А., Иголкин Г.В.* Обоснование строительства высокоскоростной линии между аэропортом и центром города // *Известия Петербургского университета путей сообщения*. 2018. № 4. С. 517–523.
URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/obosnovanie-stroitelstva-vysokoskorostnoy-linii-mezhdu-aeroportom-i-tsentrom-goroda/viewer>
11. *Галицкая А.О., Махонин В.О.* Рынок гостиничных услуг г. Москвы: современная ситуация // *Российские регионы: взгляд в будущее*. 2018. Т. 5. № 4. С. 57–66.
URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rynok-gostinichnyh-uslug-g-moskvy-sovremennaya-situatsiya/viewer>
12. *Сомова Т.Г.* Особенности использования услуг аутсорсинга на разных этапах жизненного цикла гостиниц // *Азимут научных исследований: экономика и управление*. 2017. Т. 6. № 2. С. 249–252.
URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-ispolzovaniya-uslug-autsorsinga-na-raznyh-etapah-zhiznennogo-tsikla-gostinits/viewer>
13. *Wai-Han Tan G., Voon-Hsien L., Jun-Jie Hew et al.* The Interactive Mobile Social Media Advertising: An Imminent Approach to Advertise Tourism Products and Services? *Telematics and Informatics*, 2018, vol. 35, iss. 8, pp. 2270–2288.
URL: <https://doi.org/10.1016/j.tele.2018.09.005>

14. Шпырня О.В. Обзор развития рынка делового туризма в Российской Федерации // Научный вестник Южного института менеджмента. 2019. № 4. С. 109–112. URL: <https://doi.org/10.31775/2305-3100-2019-4-109-112>
15. Дорофеев А.Ю., Анфимова А.Ю., Новицкий И.Ю. и др. Сегментация рынка гостиничной недвижимости крупного города // Интернет-журнал «Науковедение». 2015. Т. 7. № 5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/segmentatsiya-rynka-gostinichnoy-nedvizhimosti-krupnogo-goroda/viewer>
16. Masiero L., Yang Y., Richard T.R. Qui. Understanding Hotel Location Preference of Customers: Comparing Random Utility and Random Regret Decision Rules. *Tourism Management*, 2019, vol. 73, pp. 83–93. URL: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.12.002>
17. Dimmock K., Weeks P., Ashton-Hay S. Voices from the Coalface: Teaching in a Highly Diverse Postgraduate Tourism Program. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 2019, vol. 24, pp. 70–79. URL: <https://doi.org/10.1016/j.jhlste.2019.01.004>
18. Джанджугазова Е.А. Ключевые тренды профессионального туристского образования. Российские регионы: взгляд в будущее. 2018. Т. 5. № 3. С. 128–135. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/klyuchevye-trendy-professionalnogo-turistskogo-obrazovaniya/viewer>

Информация о конфликте интересов

Мы, авторы данной статьи, со всей ответственностью заявляем о частичном и полном отсутствии фактического или потенциального конфликта интересов с какой бы то ни было третьей стороной, который может возникнуть вследствие публикации данной статьи. Настоящее заявление относится к проведению научной работы, сбору и обработке данных, написанию и подготовке статьи, принятию решения о публикации рукописи.

IMPROVING THE QUALITY OF SERVICES RENDERED AT TOURIST FACILITIES FOR BUSINESS TOURISTS IN GREATER MOSCOW

Elena A. DZHANDZHUGAZOVA ^a, Klim S. GOLONDAREV ^{b,*}

^a Plekhanov Russian University of Economics (PRUE),
Moscow, Russian Federation
lena-itig@mail.ru
<https://orcid.org/0000-0002-2620-5210>

^b Plekhanov Russian University of Economics (PRUE),
Moscow, Russian Federation
golondaryov.klim@yandex.ru
<https://orcid.org/0000-0001-9756-2066>

* Corresponding author

Article history:

Article No. 490/2020
Received 27 August 2020
Received in revised form
7 September 2020
Accepted 16 Sept 2020
Available online
15 October 2020

JEL classification: L8,
Q26, R11

Keywords: business
tourism, cluster
development, Greater
Moscow

Abstract

Subject. This article analyzes the quality of services provided and methods for improving it at tourist enterprises of Greater Moscow, focused on business tourists travel.

Objectives. The article aims to develop recommendations to improve the quality of the services provided in Greater Moscow for business travelers to polish up the city's image as a center for business events.

Methods. For the study, we used the methods of multivariate analysis, forecasting, and extrapolation.

Results. The article proposes a developed set of basic measures to improve the quality of services for business travelers.

Conclusions. The results obtained are a necessary basis for the development of the image of Moscow as a center for business events and the development of a business tourism cluster in Greater Moscow.

© Publishing house FINANCE and CREDIT, 2020

Please cite this article as: Dzhandzhugazova E.A., Golondarev K.S. Improving the Quality of Services Rendered at Tourist Facilities for Business Tourists in Greater Moscow. *Regional Economics: Theory and Practice*, 2020, vol. 18, iss. 10, pp. 1983–2000.
<https://doi.org/10.24891/re.18.10.1983>

References

1. Golondarev K.S. [Development of the tourist medical cluster of New Moscow as the main element of the growth of the region's innovative potential]. *Servis v Rossii i za rubezhom*, 2018, vol. 12, iss. 4, pp. 40–50. (In Russ.)
URL: <https://doi.org/10.24411/1995-042X-2018-10404>
2. Vaudelin C. The Grand Paris and the New Moscow: Compared Perspectives. *Vestnik Rossiiskogo universiteta druzhby narodov. Seriya: Politologiya = RUDN Journal of Political Science*, 2018, vol. 20, no. 2, pp. 246–254.
URL: <https://doi.org/10.22363/2313-1438-2018-20-2-246-254>

3. Dzhandzhugazova E.A., Chernikova L.I., Faizova G.R. *Turizm i regional'noe razvitiye v usloviyakh novykh rossiiskikh realii: monografiya* [Tourism and regional development in the face of new Russian realities: a monograph]. Moscow, Rusain Publ., 2016, 148 p.
4. Dokashenko L.V. [Prerequisites for business tourism development in Russia]. *Vestnik Orenburgskogo gosudarstvennogo universiteta = Vestnik of Orenburg State University*, 2015, no. 1, pp. 78–86.
URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/predposylki-razvitiya-delovogo-turizma-v-rossii/viewer> (In Russ.)
5. Simonov K.V. [The exhibition industry of Russia under the influence of competitive forces]. *Sovremennaya konkurentsia = Journal of the Modern Competition*, 2016, vol. 10, no. 1, pp. 67–81.
URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vystavochnaya-industriya-rossii-pod-vliyaniem-sil-konkurentsii/viewer> (In Russ.)
6. Nikitin Yu.A. [Features of forming of contemporary exhibition centers in Russia]. *Academia. Arkhitektura i stroitel'stvo = Academia. Architecture and Construction*, 2017, no. 2, pp. 51–57.
URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-formirovaniya-sovremennyh-vystavochnyh-tsentrov-v-rossii/viewer> (In Russ.)
7. Kudryashova O.A. [Exhibitions as a unique marketing tool]. *Rossiiskoe predprinimatel'stvo = Russian Journal of Entrepreneurship*, 2012, no. 8, pp. 56–60.
URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vystavki-kak-unikalnyy-marketingovyy-instrument/viewer> (In Russ.)
8. Puchkina E.A., Petrova D.G. [Analysis of factors affecting the choice of hotels by business tourists]. *Rossiiskie regiony: vzglyad v budushchee = Russian Regions: Looking into the Future*, 2018, vol. 5, iss. 1, pp. 143–153.
URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-faktorov-okazyvayuschih-vliyanie-na-vybor-gostinitsy-biznes-turistami/viewer> (In Russ.)
9. Golondarev K.S. *Tsentralizovannaya model' razvitiya klastera delovogo turizma kak naibolee effektivnyi put' ego funktsionirovaniya* [A centralized model for the development of the business tourism cluster as the most efficient way of its operation. In: *Economics and Management: Theory and Practice: A collection of articles*]. Cheboksary, Sreda Publ., 2018, pp. 31–36.
10. Pegin P.A., Igolkin G.V. [Justification of airport – city centre high-speed railway construction]. *Izvestiya Peterburgskogo universiteta putei soobshcheniya = Proceedings of Petersburg Transport University*, 2018, no. 4, pp. 517–523.
URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/obosnovanie-stroitelstva-vysokoskorostnoy-linii-mezhdu-aeroportom-i-tsentrom-goroda/viewer> (In Russ.)

11. Galitskaya A.O., Makhonin V.O. [The market of hotel services in Moscow: the current situation]. *Rossiiskie regiony: vzglyad v budushchee* = *Russian Regions: Looking into the Future*, 2018, vol. 5, no. 4, pp. 57–66.
URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rynok-gostinichnyh-uslug-g-moskvy-sovremennaya-situatsiya/viewer> (In Russ.)
12. Somova T.G. [Features of using outsourcing services at different stages of the life cycle of the hotel]. *Azimut nauchnykh issledovaniy: ekonomika i upravlenie* = *Azimuth of Scientific Research: Economics and Administration*, 2017, vol. 6, no. 2, pp. 249–252.
URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-ispolzovaniya-uslug-outsorsinga-na-raznyh-etapah-zhiznennogo-tsikla-gostinits/viewer> (In Russ.)
13. Wai-Han Tan G., Voon-Hsien L., Jun-Jie Hew et al. The Interactive Mobile Social Media Advertising: An Imminent Approach to Advertise Tourism Products and Services? *Telematics and Informatics*, 2018, vol. 35, iss. 8, pp. 2270–2288.
URL: <https://doi.org/10.1016/j.tele.2018.09.005>
14. Shpyrnya O.V. [Review of business tourism market development in the Russian Federation]. *Nauchnyi vestnik Yuzhnogo instituta menedzhmenta* = *Scientific Bulletin of Southern Institute of Management*, 2019, no. 4, pp. 109–112. (In Russ.)
URL: <https://doi.org/10.31775/2305-3100-2019-4-109-112>
15. Dorofeev A.Yu., Anfimova A.Yu., Novitskiy I.Yu. et al. [Segmentation of the hotel market of a major city]. *Internet-zhurnal Naukovedenie*, 2015, vol. 7, no. 5. (In Russ.)
URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/segmentatsiya-rynka-gostinichnoy-nedvizhimosti-krupnogo-goroda/viewer>
16. Masiero L., Yang Y., Richard T.R. Qui. Understanding Hotel Location Preference of Customers: Comparing Random Utility and Random Regret Decision Rules. *Tourism Management*, 2019, vol. 73, pp. 83–93.
URL: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.12.002>
17. Dimmock K., Weeks P., Ashton-Hay S. Voices from the Coalface: Teaching in a Highly Diverse Postgraduate Tourism Program. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 2019, vol. 24, pp. 70–79.
URL: <https://doi.org/10.1016/j.jhlste.2019.01.004>
18. Dzhandzhuganova E.A. [Key trends in professional tourism education]. *Rossiiskie regiony: vzglyad v budushchee* = *Russian Regions: Looking into the Future*, 2018, vol. 5, no. 3, pp. 128–135.
URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/klyuchevye-trendy-professionalnogo-turistskogo-obrazovaniya/viewer> (In Russ.)

Conflict-of-interest notification

We, the authors of this article, bindingly and explicitly declare of the partial and total lack of actual or potential conflict of interest with any other third party whatsoever, which may arise as a result of the publication of this article. This statement relates to the study, data collection and interpretation, writing and preparation of the article, and the decision to submit the manuscript for publication.